

(参考資料)

フォローアップ結果等を踏まえた行動計画の取組の強化

平成26年6月11日

(参考資料)フォローアップ結果等を踏まえた行動計画の取組の強化

※国のアクションについては既に取組を始めているもの:青字、今後取組を検討するもの:赤字で整理。

行動1:地域リソースの活用

中小企業・小規模事業者のアクション

<行動計画の内容>

➤ 地域内で連携して、地域資源を活用・発信していく。

➤ 積極的に新たな地域資源を発掘・開発していく。

➤ 地域の雇用、とりわけ女性・若者を中心に積極的に雇用していく。

➤ 地域での需要を喚起・獲得し、地域経済の活性化に貢献する。

➤ 地域資源を活用・発信するため、起業・創業、新事業展開などを積極的に進める。

➤ 空き店舗活用など商店街を活用した起業・創業を促す環境作りを進めて行く。

<取組の強化>

➤ 自社や地域の持つ潜在的な強みを認識する。
➤ 大都市から地方に顧客を呼び込むため情報発信を強化する。

➤ 発掘・開発に携わる人材の育成やスキルアップを促進する。

➤ 高校や大学と連携して若者に対する情報を発信する。
➤ 育児や介護を抱える女性の雇用環境を整備する。

➤ 人的な付加価値を付けることで、差別化を図る。

➤ 地域の人材を活かし、個店の魅力を高めることで、商店街の活性化に繋げる。

支援機関のアクション

<行動計画の内容>

➤ 地元の中小企業の成長を支援し、地域経済の活性化に貢献する。

➤ 支援機関が連携し地域の中小企業・小規模事業者を支援する。

➤ 支援機関自身の経営支援のスキルを磨く。

➤ 認定支援機関の存在や各種支援策を地域の中小企業・小規模事業者を紹介し、活用を促す。

➤ 地域において起業・創業を行う起業家を発掘する。

<取組の強化>

➤ 地域で就職を目指す若者や女性に対する支援を行う。

➤ 支援機関間をコーディネートする主体を決める。
➤ 個店だけでなく、商店街のテナントミックスをパッケージで支援する。

➤ 地域が持つ強みに気づきを与え、ビジネスにつなぐ支援を行う。
➤ 施策説明会や支援ポータルサイトを活用し、国、自治体の最新の支援情報を把握する。
➤ 中小企業が法律、会計、税などの専門知識を経営に活かすための支援を行う。

➤ 地域資源活用、農商工連携等の取組に対する国の支援策を中小企業・小規模事業者を紹介し、自らも主体的に案件発掘に取り組む。

国のアクション①

<行動計画の内容>

- 創業から経営ノウハウに至る支援をワンストップで行う優れたコーディネーターを配置した「創業よろず支援」を順次展開する。
- 支援ポータルサイトを通じた起業家ネットワークの創設・拡充、ビジネスコンテストの実施、創業塾の全国での開催などを通じ、地域の資源を活用した起業・創業の担い手を拡大させる。
- 地域資源を活用・結集させた創業を支援する「地域資源活用型創業支援制度」を創設し、あらゆる政策資源を投入し、総合的な支援を行う。
- 地域ブランドを一層強化するため、地域資源の発掘・磨き込み・発信・市場開拓を一貫して行えるよう支援制度を拡充するとともに、地域ブランド管理、地域ブランドの対象物の品質管理、地域ブランドから生まれる利益を回収するメカニズムについて検討する。

<取組の強化>

- 様々な経営課題を解決するための具体的なアドバイス、支援機関等の連携促進等を行う「よろず支援拠点」を各都道府県に整備し、支援体制を強化する。
- 地域を元気にするアイデアを活かす取組を展開する。
- 支援ポータルサイト「ミラサポ」でのビジネスコンテストの実施・情報提供、創業スクールを全国各地で開催する。
- 新たな需要を創出するような創業に対して、要する費用の一部を補助する。
- 各地域において創業者への継続的な経営指導やスキルアップ研修などの取組を行う支援事業者を支援する。
- 「作り手」の視点だけでなく、消費者の嗜好に敏感な小売事業者・ネット事業社と連携した商品・サービスの開発を支援する。
- 国内外の消費者を地域に呼び込むツーリズムの実施を支援する。
- 地域資源を活用した商品のブランド化を行うための人材育成等を行う。

国のアクション②

<行動計画の内容>

➤ 商店街などにおける商業インキュベーションの機能強化を図るとともに、起業・創業も含めた空き店舗等の有効活用を促す仕組みの整備を行う。

➤ 現場実態に合わせた柔軟な労働環境の在り方や社会保険について負担の在り方を検討する。

➤ 労働力として潜在性を有しながら、必ずしも十分にその能力が発揮されていない障害者や高齢者等の取り込みを促進する。

➤ 女性・若者や即戦力となる企業OB、Uターン・Iターン人材と中小企業をマッチングする取り組みを拡充・強化する。

<取組の強化>

➤ **地域のニーズに応じて、空き店舗の活用やダウンサイジングなどを促進する。**

➤ **女性・若者など新たな担い手の取り込みや、まちづくり会社やNPO法人、大手小売業などとの連携を促進する。**

➤ **女性が育児、介護などを乗り越え、働き続けるための支援を実施する。**

➤ **ITやロボット技術を活用しつつ、障害者や高齢者等が働きやすい環境を整備する。**

➤ **技術・アイデアを形にできる人材を確保・育成できる仕組みを構築する。**

➤ **地域の大学やハローワーク、商工団体が連携し、若者や女性を含め地域の人材を発掘し、マッチングする取組を促進する。**

➤ **NPO法人等によるソーシャルビジネスや少子高齢化等の地域の課題解決が企業利益にもつながる取組を支援する。**

行動2:新陳代謝

中小企業・小規模事業者のアクション

<行動計画の内容>

➤ 自らの起業・創業の経験を次の人に伝えていく。

➤ 起業・創業直後の資金繰り難を克服するため、ビジネスの早期事業化を図る。

➤ 成長・発展のステージにおいては、社内雇用を増やすよう努力する。

➤ 業績が悪化した際には早めに相談することによって、経営資源の喪失を未然に防ぐ。

➤ 地域経済の活力の維持・向上に貢献するため、事業承継を積極的に進める。
ー積極的に次世代にバトンタッチしていく
ーUターン・Iターン人材を含め、積極的に後継者探しに努め、地域の中小企業・小規模事業者を引き継がせる

<取組の強化>

➤ 次世代を担う人材を育成する。
➤ 女性を中心としてNPO法人による起業を進める。

➤ 起業・創業後、次のステージに向けて、認知度の向上を図るとともに、ユーザーニーズを把握する。

➤ 働きやすい環境を整備することで、従業員の定着を推進する。

➤ 時代の変化に応じて、事業形態を変えていく。

行動2:新陳代謝

支援機関のアクション

<行動計画の内容>

➤ 地元の中小企業の成長を支援し、地域経済の活性化に貢献する。(再掲)

➤ 支援機関が連携し地域の中小企業・小規模事業者を支援する。(再掲)

➤ 支援機関自身の起業・創業支援や事業承継支援のスキルを磨く。(一部再掲)

➤ 認定支援機関の存在や各種支援策を地域の中小企業・小規模事業者に紹介し、活用を促す。(再掲)

➤ 地域において起業・創業を行う起業家や事業承継ニーズを発掘する。(一部再掲)

<取組の強化>

➤ 起業家に対し、実務面だけでなく、スピリットの面でのサポートを行う。

➤ 衰退のステージでは、買収や早期の廃業も含め、円滑な撤退のための支援を行う。

➤ 起業家や次世代経営者が経営の知識・ノウハウを習得できる場を提供する。

➤ 女性や若者向けに勉強会や先輩経営者からのアドバイスの機会を提供する。

国のアクション①

<行動計画の内容>

➤ 創業から経営ノウハウに至る支援をワンストップで行う「創業よろず支援」を順次展開する。(再掲)

➤ 支援ポータルサイトを通じた起業家ネットワークの創設・拡充、ビジネスコンテストの実施、創業塾の全国での開催などを通じ、地域のリソースを活用した起業・創業の担い手を拡大させる。(再掲)

➤ 起業・創業に対する資金支援を抜本的に拡充する。
一 創業当初の据え置き期間の延長を図るなど政府系金融機関の創業者向け融資を拡充する。
一 認定支援機関による起業・創業計画の策定支援と併せた創業向け補助制度の拡充等を通じて民間融資を促進する。

<取組の強化>

➤ 様々な経営課題を解決するための具体的なアドバイス、支援機関等の連携促進等を行う「よろず支援拠点」を各都道府県に整備し、支援体制を強化する。
➤ 市区町村が民間の創業支援事業者と連携して、創業前から創業後まで一貫して支援する取組を関係府省が連携して支援する。

➤ **地域を元気にするアイデアを活かす取組を展開する。**
➤ 支援ポータルサイト「ミラサポ」でのビジネスコンテストの実施・情報提供、創業スクールの全国各地での開催する。

➤ 女性・若者など多様な人材による事業の創出・展開を促進する。
➤ 再チャレンジ支援融資や中小企業経営力強化資金を拡充する。

➤ **創業準備者の雇用保険の扱いや兼業による創業の促進を検討し、生活の不安なく創業できる環境を整備する。**

国のアクション②

<行動計画の内容>

➤ 中小企業の各ライフステージ(創業、成長・発展、早期の再生着手、円滑化な事業承継、企業の再起等)における取組意欲を増進する個人保証制度の見直しを行う。

➤ 事業承継、事業引継ぎ支援を抜本強化する。
ー「事業引継ぎ支援センター」を全国展開する。

<取組の強化>

➤ 政府調達において、創業間もない事業者(中小ベンチャー企業)の政府調達を促進する。

➤ 「経営者保証に関するガイドライン」を策定。適用を開始し、活用促進を図る。

➤ 事業承継を契機に、既存の不採算部門を廃業し、新分野に挑戦する新経営者に対して、設備の撤去費用などの「撤退コスト」も支援する。

➤ 廃業後の「生活資金」を支援する小規模企業共済の機能を強化する。
➤ 中小企業が抵抗感なく事業売却に取り組めるよう、ガイドラインを策定する。

行動3: 成長分野への参入

中小企業・小規模事業者のアクション

< 行動計画の内容 >

- 新分野に進出し、地域に新たな雇用を創出する。
- 地域経済の活力向上に貢献するため、地域内での連携・つながりを深めて、新たな取組を進める。
- 新たな取引先となり得る大企業等とのつながりを深め、市場や顧客のニーズを把握する。

< 取組の強化 >

- 他の分野に係る知見を広げて、新事業の展開に取り組む。
- 下請け構造からの脱却に向けて、各事業者の強みを活かし、連携して品質向上やコスト削減に取り組む。
- 車社会の進展やネット販売の普及に応じて、地域外からの顧客獲得に取り組む。
➤ ITを活用して、顧客ニーズに合う商品の開発や販売に取り組む。

行動3: 成長分野への参入

支援機関のアクション

<行動計画の内容>

- 地元の中小企業の成長を支援し、地域経済の活性化に貢献する。(再掲)
- 支援機関が連携し地域の中小企業・小規模事業者を支援する。(再掲)
- 支援機関自身の連携促進のスキルを磨く。
- 認定支援機関の存在や各種支援策を地域の中小企業・小規模事業者に紹介し、活用を促す。(再掲)
- 地域において企業間連携を促進するためマッチングを行う。
- 企業間連携に対し、経営戦略の策定・実施や販路開拓、大企業等との連携促進等、企業間連携特有の課題解決に資する支援を行う。

<取組の強化>

- 地域の金融機関が国等の補助金の清算が終わるまでの間のつなぎ資金を支援する。
- 地域の企業や大学等の研究機関との間に入り、連携のためのコーディネートを行う。
- ネット市場を活用して、地域を越えた販路の開拓や連携を促進する。



行動3: 成長分野への参入

国のアクション①

<行動計画の内容>

- 大企業の下請生産技術を前提とした中小ものづくり高度化法の22技術分野を見直し、医療、環境分野などの成長分野に中小企業が直接参入しやすくする。

- 国際認証の取得に向けた業界経験者等の長期派遣や相談支援、支援機関、ITポータルサイト等を通じた情報提供を強化する。また、中古設備も含めた専用設備等の導入を支援する。
- 中小企業と医療機関等との連携を支援する専門家の派遣と育成、薬事相談・申請費用の支援などにより、中小企業による医療機器開発・審査に係る費用低減と期間短縮を進める。

<取組の強化>

- 試作品・新商品の開発や生産プロセスの改善、新しいサービスや販売方法の導入など、事業革新に取り組む費用を補助する。
- 中小ものづくり高度化法に基づく技術分野に「デザイン」を追加し、中小企業・小規模事業者が販路を見据え、売れる商品開発に挑戦する取組を強力に支援する。
- 中小サービス事業者の生産性向上に向けた具体的手法等を示すガイドラインを策定し、そのガイドラインに沿った取組を支援する。
- 成長分野への参入に当たって、情報収集から、事業・知財・標準化戦略の策定、国際認証の取得まで、ポータルサイトの設置等を通じて一貫した支援を行う。

国のアクション②

<行動計画の内容>

- 「企業間連携促進会議」の設置や支援ポータルサイト・展示会の活用等により、大企業や異業種企業とのマッチングの場の整備と連携を促進する。
- 地域の核となる人を発掘し、情報交換や交流の場を設けることにより、新分野展開に重要となる知識の共有と人的ネットワークの構築を図る。
- 小規模な事業者の活用を念頭においた新商品開発に対する補助金制度を拡充する。
- 下請中小企業の連携による取引先の自立的な開拓の取組等に対する補助金制度を拡充する。
- 優れた技術・技能を有する外部人材を活用することで、ものづくり現場における技術・技能の継承を地域が一体となって支援するとともに、優秀な人材を確保するための職場実習(インターンシップ)の支援を行う。

<取組の強化>

- 市町村や県境の枠を越えて、コアとなる「中核企業」を育成する。
- 「中核企業」を中心に、関連産業、大学・研究機関等の幅広い知恵やノウハウを取り込む。

行動4:海外展開

中小企業・小規模事業者のアクション

<行動計画の内容>

- 地域の雇用につながるような海外展開を進める。
- 地域経済の活力向上に貢献するため、海外市場も含め、域外に積極的に販路を拡大する。

<取組の強化>

- 海外展開を図る上では、複数の企業で連携することで、コストを軽減する。
- 国際見本市に積極的に出店することで、海外展開を行う上での課題を見つける。
- 海外展開プロデューサー等を活用することで新たな販路を確保する。
- 海外のバイヤーを日本に呼び込み、理解を深めてもらう。



行動4:海外展開

支援機関のアクション

<行動計画の内容>

- 地元の中小企業の成長を支援し、地域経済の活性化に貢献する。(再掲)
- 支援機関が連携し地域の中小企業・小規模事業者を支援する。(再掲)
- 支援機関自身の海外展開支援のスキルを磨く。
- 認定支援機関の存在や各種支援策を地域の中小企業・小規模事業者に紹介し、活用を促す。(再掲)
- 地域において海外展開を行う企業を発掘する。

<取組の強化>

- 商談会への出店や商談会後のフォローアップに係る支援を充実させる。
- 現地情報や他の事業者の海外展開事例を、支援策とあわせて紹介し、スムーズな海外展開を支援する。



行動4:海外展開

国のアクション①

<行動計画の内容>

➤ 企業等OB人材を活用し、海外展開を目指す企業をハンズオンで一貫支援する体制を拡充・強化し、新たに1000社支援する。

➤ 認定支援機関(金融機関等)への研修を通じ、国内相談窓口を強化するとともに、支援機関が連携し、有望企業を積極的に発掘・支援する。

➤ 海外向けホームページ・決済・物流をパッケージで支援し、中小企業の情報を多言語で発信し、海外企業をターゲットにした新分野展開を促進する。

➤ 現在、8ヶ国・10拠点に整備中の「現地支援プラットフォーム」を他の主要拠点(先進国市場、新興国市場、生産拠点)に拡大させる。

➤ 法務・労務・知財問題等の専門サービス支援や万一の縮小撤退等のトラブルにも対応する。

<取組の強化>

➤ 地域の中小企業や支援機関が連携して海外展開できるよう支援を行う。

➤ 認定支援機関に対する海外展開支援能力強化のための研修を通じた支援機関の「見える化」を実施する。

➤ 支援機関の海外展開支援能力の「見える化」や、国内支援機関と海外市場ニーズを知る海外支援機関との連携を促進する。

➤ 商談会ではタイムリーな商談を行うため、商社等の協力が得られる体制を構築する。

行動4:海外展開

国のアクション②

<行動計画の内容>

- 中小企業官民合同ミッション等の活用を進める。
- 日本政策金融公庫が行う現地金融機関からの資金調達支援の強化を図る。

<取組の強化>

<行動計画の内容>

①支援情報の広報の強化

- ホームページやメールマガジン等に加え、ITポータルサイトを活用し、利用者の関心に応じた広報を実施する。
- 中小企業団体や認定支援機関と協力し、きめ細かな情報提供を推進する。



<取組の強化>

- ミラサポを活用したメールマガジンで、補助金の公募情報や施策の動向等をタイムリーにわかりやすく配信する。
- 映像やグラフィックなども駆使して、わかりやすく情報を発信する。
- ミラサポ上で国、都道府県、市区町村、関係機関の施策が分野ごとに一覧できる施策マップを構築する。
- 全国で都道府県、市町村、商工会・商工会議所等の支援機関に向けた施策の説明会を実施する。
- 中小企業団体等がデータベースを活用して中小企業・小規模事業者の経営課題を把握して、必要な支援情報をプッシュ型で配信する。

②支援制度の使い勝手の向上

- 審査に必要な項目を精査した上で、申請書類を更に削減・簡素化する。
- 公募に向けた準備期間を長くできるよう、原則として公募の事前予告を実施する。
- ITポータルサイトにおける電子申請を順次、開始する。



- 申請書類は原則として「申請者情報」、「事業内容」、「補助経費明細表」の3枚以内とする。
- 申請書類に最低限記載すべき事項を統一し、標準フォーマットを作成する。
- 標準フォーマットを活用した、補助金等の電子申請システムを構築する。
- 確定検査において、商慣行等により取得・作成が難しい書類について、簡素化する。

<行動計画の内容>

<取組の強化>

③経営支援体制の再構築(支援人材の量的充実・質の向上)

- 税理士、弁護士等の士業に加え、企業OBやプロダクトデザイナー等、多様な専門家を発掘・育成し、中小企業・小規模事業者等への派遣を実施する。
- ITポータルサイトを活用した専門家とのマッチングを行う。
- 地域の支援機関による連携した取組を促進(合同相談会の開催や支援情報の共有、合同研修の実施等)する。

- 各都道府県に整備する「よろず支援拠点」に優れた能力や実績を有するコーディネーターを配置する。
- 小規模事業者への支援を強化するため、全国の商工会・商工会議所の経営指導員に対し、販路開拓等の支援ノウハウを習得する研修を実施する。

④行動計画の実行主体の「輪の広がり」

- “ちいさな企業”成長本部を継続的に開催する。

⑤「PDCA」サイクル

- “ちいさな企業”成長本部を継続的に開催する。(再掲)

- 今後とも、「行動計画」の取組が広がり、全国の中小企業・小規模事業者の成長が実現されるよう、適切にフォローアップを行う。

<取組の強化>

- 国は小規模企業振興基本法を制定し、小規模事業者固有の課題を洗い出し、関係機関と一丸となって、課題解決に向けた対策を総合的かつ計画的に実施する。
 - －小規模事業者が構造変化に対応するための基本方針を定める。
 - －小規模事業者の規模の拡大を意味する「成長発展」のみならず、技術の向上や雇用の維持に努めることも「事業の持続的発展」として評価する。
 - －個別の小規模事業者を支援するのみならず、地域の小規模事業者を一体的に捉えて面的に支援する体制を整える。
- 小規模企業振興基本法に基づく基本計画の策定に当たっては、成長本部での「生の声」をしっかりと反映する。
- 小規模事業者の持てる力を最大限に発揮する観点から、商工会、商工会議所に対し、従来実施してきた経営指導に加え、市町村や地域の金融機関等と連携して、売上の増加や収益の改善、持続的経営のためのビジネスプランの策定、実施を支援する体制を整える。

<取組の強化>

①震災対応

- 国は復旧・復興の進捗や被災事業者の経営課題に応じて必要な支援を行う。
 - －被災事業者の連携を支援する。
 - －風評被害対策に万全を期す。
 - －震災特需に関わらず、自立的な経営ができるよう支援を行う。
 - －支援策は被災地の実情を踏まえ、柔軟に運用する。

②消費税転嫁対策

- 国は消費税転嫁対策を着実に進める。
 - －転嫁対策調査官を全国に474名配置。事業者に対する立入検査、指導を行うなど、徹底した監視、取り締まりを行う。
 - －全国の支援機関に相談窓口を設置する。